STYLE LEAGUE

Der Buyer's Guide für den Mann

WAS MANN BRAUCHT
Unsere Produktentdeckungen der Saison

ON THE STREETS OF LONDON
Unterwegs in der britischen Metropole

SKATE MORE, WORK LESS
Santa Cruz Skateboards – Eine Erfolgsgeschichte

FUSSBALL, RANDALE UND MODE
Die Casual Culture in Stadien

Italien – EUR 6,00
Frankreich – EUR 6,00
Spanien – EUR 6,00
USA – USD 10,50

Dänemark – EUR 6,00
Österreich – EUR 6,00
Schweiz – CHF 6,00
Luxemburg – EUR 6,00

4 192441 406006 02

IMPRESSUM
Frühling & Sommer 2012

HERAUSGEBER
Toni Kappesz

VERLAG
Vollstrudel GmbH — Schröderstraße 12, 10115 Berlin, +49 30 84 71 21 08-31

CHEFREDAKTION
Carlos de Brito — carlos@styleleague.net, André Uhl — andre@styleleague.net

ARTDIRECTION & MODEREDAKTION
Dörte Lange — doerte@styleleague.net

GRAFIKDESIGN & BILDRECHERCHE
Michael McDonnell, Nicole Pieloth

TEXT
Remo Bitzi, Carlos de Brito, Peyman Farahani, Timo Feldhaus, Katharina Geißler, Jonas Gempp, Renko Heuer, Jan Joswig, Anne Kammerzelt, Dörte Lange, Björn Lüdtke, Christoph Claudius Petersen, Alexandra Plesner, Paul Schlosser, Nina Scholz, Ksenia Stroganova, André Uhl

FOTOGRAFIE, ILLUSTRATION, STYLING, HAARE & MAKE-UP
Robert G. Bartholot, Kat Easthope, Myriam Heinzel, Catrin Kreyss, Jonas Lindström, Daavid Mörtl, Paul Schlosser

ANZEIGEN
Anzeigenleitung: Tina Fraas — info@styleleague.net, +49 30 84 71 21 08-34
Nielsen 1: Dirk Struwe — d.struwe@struwe-media.de, +49 40 28 05 80-80
Nielsen 2: Andreas Fuchs — afuchs@medienservice-und-beratung.de, +49 21 31 40 63-70
Nielsen 3a: Helmut Weipert jun. — helmutjun@weipert-net.de, +49 61 73 32 50 97-0
Nielsen 4: Bruno Machenbach — info@mms-marrenbach.de, +49 89 43 08 85-55

PR-KONTAKT
Pelén Boramir — pelen@styleleague.net, +49 30 28 87 77-20

WEBSEITE
www.styleleague.net

DRUCK
Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG, Nürnberg — www.hofmann-infocom.de

VERTRIEB
DPV Network GmbH, Hamburg — www.dpv.de

DANK AN:
Tina Adams, Thomas Bird, Brandt Brauer Frick, Dougie Brimson, Becky Burchell, Werner Daehn, Lars Eidinger, Franka Eisenschenk, Stipe Erceg, Axel Hahn, Leonard Jakovina, Vinzenz Kiefer, Pete Lewis, Tamas Locher, Ken Nordheider, Bianca Richter, Franz Rogowski, Alfonso Ruano Canales, James Wignall, Paul Weller

© 2012 Vollstrudel GmbH. Der Nachdruck unserer Artikel und Bilder – auch im Internet und auch nur auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion gestattet. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Verlages oder der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Aufträge zur Erstellung von Fotos und Texten werden schriftlich erteilt. Erscheinungsweise: halbjährlich. Heftpreis: 6 Euro.

FIXIES NEVER DIE, BUT HIPSTERS WILL
The Kinfolk Bicycle Co.

Man sollte keinen Hehl daraus machen: *Fixies are a hipster's best friend.* Das bedeutet aber nicht, dass diese Art von Fahrrädern lediglich ein Mode-Phänomen wäre. Denn lange bevor sich junge, mit Hornbrille, lustiger Gesichtsbehaarung und farbigen Sneakers ausgerüstete Menschen für diese Räder interessierten, wurden sie in unscheinbaren Werkstätten gefertigt; natürlich mit viel Liebe zum Detail und unfassbarem Handwerkswissen und -können. Einer der Altmeister dieser Disziplin ist der 72-jährige Japaner Kusaka. In einem kargen Schuppen irgendwo in Akashi, einer alten Burgstadt an der Südküste der Präfektur Hyōgo, stellt Kusaka Räder für Keirin-Fahrer (Keirin ist eine aus Japan stammende Disziplin des Bahnradsports, die seit 2000 auch bei den Olympischen Spielen ausgetragen wird) her. Und das schon seit Jahrzehnten.

Kein Wunder, dass *The Kinfolk Bicycle Co.*, ein von vier Freunden aus den USA gegründetes Unternehmen, das sich den Vertrieb von Qualitätsrädern zum Ziel gesetzt hat, auf Kusaka aufmerksam wurde. Es war Nemoto, selber ein Fahrradbauer aus Tokio, der wegen eigener Kapazitätsengpässe die Radenthusiasten von *Kinfolk* zu Kusaka schickte. Dieser willigte einer Zusammenarbeit ein und so entstehen seit 2008 einzigartige und hochwertige Fixies. Zur Einzigartigkeit trägt mitunter der in Hollywood ansässige Künstler Tazroc bei – bereits drei Modelle hat dieser von Hand bemalt.

Natürlich wurden Medien wie *Treadlie*, *UK Observer Magazine* oder *Fixed Magazine* auf die exklusiven Fahrräder von *Kinfolk* aufmerksam. *Wallpaper** würdigte 2010 die amerikanisch-japanische Kollaboration mit dem hauseigenen Design Award in der Kategorie *Best Ride*. Und Sportwarenhersteller *Nike* wiederum wollte unbedingt ein *Kinfolk Fixie* bei dessen interdisziplinären und interkontinentalen Benefizrennen *Red Tied Together* dabei haben.

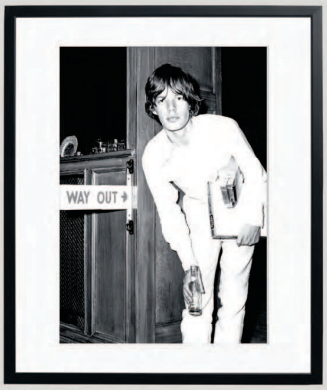
Fernab und wenig beeindruckt von diesem Rummel baut die *Kinfolk Bicycles*-Crew mit Kusaka und Co. weiterhin Qualitätsräder – auch dann noch, wenn die Faszination der Hipster wieder abflacht, beziehungsweise dem nächsten Objekt gelten wird. Um es mit den (leicht abgewandelten) Worten der Postrocker von Mogwai auszudrücken: *Fixies never die, but hipsters will.* Erhältlich ab 3.000 Euro. (RB)
www.wegotways.com/kinfolkbicycles/

EXAKT TRÜBSAL BLASEN
Good Grief Glasses

Mal ehrlich: So manches Gläschen hat uns über den einen oder anderen Kummer hinweg getröstet. Mit den *Good Grief Glasses* lässt sich die Alkoholmenge je nach Gemütslage dosieren oder umgekehrt, der Grad der Verstimmung mithilfe der Messskala ablesen. Die puristischen Whiskygläser aus Kristallglas begleiten Trauerklöße durch die fünf typischen Phasen von Kummer – von oben nach unten versteht sich. Also: Wenn schon Trübsal blasen, dann mit Stil und nach Maß! 38 US-Dollar. (KG)
www.jackspade.com

MEDITERRANE FRISCHE
Gin Mare aus Spanien

Gin Mare ist der erste mediterrane Gin weltweit. Der edle Tropfen wird in einem kleinen Fischerdorf südlich von Barcelona hergestellt, seinen frischen Geschmack erhält er durch die vier typischen Mittelmeergewächse Rosmarin, Thymian, Basilikum und Arbequina-Oliven. *Gin Mare* eignet sich zum Mixen von Longdrinks und Cocktails, ist aber auch pur ein Hochgenuss. Selbst Daniel Brühl kann nicht die Finger davon lassen und lässt seine *Bar Raval* in Berlin mit den Produkten von Vinogusta ausstatten. 39,90 Euro. (KG)
www.vinogusta.com



STARKULT FÜR ZUHAUSE
The Impossible Cool – Sonic Editions

Was haben Mick Jagger, Audrey Hepburn, Sean Connery, Ernest Hemingway, Mohammed Ali und Serge Gainsbourg gemeinsam – mal davon abgesehen, dass sie entweder nicht mehr unter uns verweilen oder der Zahn der Zeit an ihnen nagt? Richtig, sie gehören zu jenen Weltstars aus Film, Musik und Literatur, deren Coolness auch über ihren Tod hinaus bestehen bleibt. Getreu dem Motto „*Style is knowing who you are, what you want to say and not giving a damn*", wie einst der US-amerikanische Schriftsteller und Drehbuchautor Gore Vidal meinte. Gerne schmücken wir unsere heimischen Wände mit Bildern eben dieser Stilikonen, um ihnen unsere Bewunderung zu zollen. Nicht selten aber auch in der heimlichen Hoffnung, dass etwas Glanz auch auf uns abfällt. Bisher gab es die Porträts unserer Lieblingsstars entweder nur als billiges Wandposter in minderwertiger Qualität oder als überteuerte, ungerahmte Drucke aus Galerien. Mit *Sonic Editions* ändert sich das. Das Unternehmen arbeitet mit den weltweit besten Fotografen und Archiven zusammen und vertreibt in seinem Onlineshop hochwertige Drucke in limitierter Auflage. Die einzigartige *Impossible Cool Collection* enthält Porträts berühmter Ikonen, und das in der gleichen Qualität und Berahmung, wie es für Galerien üblich ist. Vor allem aber sind sie für Normalsterbliche bezahlbar. Da es von den Fotografien weltweit gerade einmal 30 Stück pro Motiv gibt, wird man sie auch nicht so schnell bei Freunden und Bekannten hängen sehen. Alle Bilder sind von Hand gedruckt und gerahmt sowie mit Zertifizierungsnummer, Namen des Fotografen und Geschichte des Bildes auf der Rückseite versehen. Die Drucke sind als Digital C Types auf *Fuji Crystal Archive*-Papier oder Gicleés auf säurefreiem Papier und mit stabilem Holzrahmen vorrätig. Die Preise variieren zwischen 79 (ungerahmt) und 109 US-Dollar (gerahmt). (KG)
www.SonicEditions.com/ImpossibleCool